

**PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN FAKTOR RASIONAL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MAHASISWA UIN
SUNAN AMPEL SURABAYA DALAM MEMILIH PRODUK
TABUNGAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH**

SKRIPSI

Oleh :

**RISKI UTAMA
NIM : G04214030**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
SURABAYA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Riski Utama

NIM : G04214030

Fakultas/Prodi: Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap
Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya
Dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah
hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 6 Agustus 2019

Saya yang menyatakan,



Riski Utama

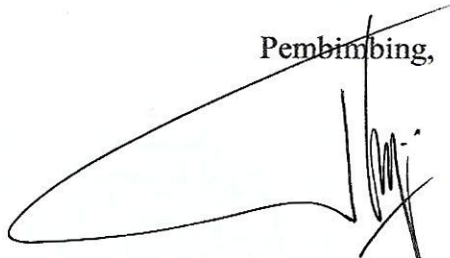
NIM. G04214030

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Riski Utama NIM. G04214030 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 5 Agustus 2019

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping loop on the left and a series of vertical, slightly wavy lines on the right, ending in a small dot.

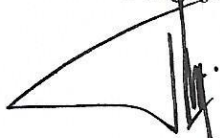
Hanafi Adi Putranto, S.Si., SE., M.Si.
NIP. 198209052015031002

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Riski Utama NIM. G04214030 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Senin, 30 September 2019, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I,



Hanafi Adi Putranto, S.Si., SE., M.Si.
NIP. 198209052015031002

Penguji II,



Lilik Rahmawati, M.EI
NIP. 198106062009012008

Penguji III,



Siti Musfiqoh, M.EI
NIP. 197608132006042002

Penguji IV,



Andhy Permadi, M.Kom
NIP. 198110142014031002

Surabaya, 30 September 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,



Dr. H. Ah. Ali Arifin, M.M.
NIP. 196212141993031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Riski Utama
NIM : G04214030
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
E-mail address : Rockerriski@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa

UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Oktober 2019

Penulis



(Riski Utama)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Produk Tabungan di Lembaga Keuangan Syariah”** merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara parsial dan simultan antara Faktor Emosional terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa serta untuk mengetahui variabel bebas manakah yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Random Sampling* dengan menggunakan rumus *Slovin*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan sampel yang dapat diolah sebanyak 100 responden di UIN Sunan Ampel Surabaya. Untuk menganalisis penulis menggunakan suatu alat analisis yakni SPSS Ver. 24.0. Metode analisis menggunakan uji asumsi klasik, uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis, uji regresi linear berganda, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji validitas dan reliabilitas dinyatakan valid dan reliabel. Untuk uji T diperoleh nilai sebesar 6,392 (Faktor Emosional X_1) dan 7,054 (Kohesivitas X_2), hal ini berarti secara parsial masing-masing variabel terbukti berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah. Kemudian untuk uji F sebesar 163,580 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini mengartikan secara bersama-sama variabel bebas Emosional dan Rasional terbukti berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yakni Keputusan Nasabah Mahasiswa. Nilai *R square* sebesar 0,771 yang mengartikan bahwa pengaruh kedua variabel bebas sebanyak 77,1% sedangkan sisanya yakni sebesar 22,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Pada hasil uji regresi linear berganda pada tabel *coefficient* faktor emosional (X_1) memperoleh nilai koefisien sebesar 0,427 sedangkan pada faktor rasional (X_2) memperoleh nilai sebesar 0,405 maka dari hasil tersebut terbukti bahwa faktor emosional lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah mahasiswa dibandingkan dengan faktor rasional.

Dari hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah agar para pekerja di lembaga keuangan syariah dapat memanfaatkan sisi emosional mahasiswa untuk menarik mahasiswa agar lebih tertarik lagi menggunakan produk lembaga keuangan syariah.

Kata Kunci : Faktor Emosional, Faktor Rasional, Keputusan Nasabah, Keputusan Mahasiswa

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TRANSLITERASI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kegunaan Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
A. Landasan Teori	15
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Konseptual	39
D. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian	42
B. Waktu dan Tempat Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel Penelitian	42
D. Variabel Penelitian	45
E. Definisi Operasional	46
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	47
G. Data dan Sumber Data	49
H. Teknik Pengumpulan Data	50
I. Teknik Analisis Data	52

Bab I

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Lembaga Keuangan merupakan lembaga yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat untuk disalurkan kembali dalam berbagai bentuk pendanaan kepada masyarakat yang membutuhkan dengan tujuan untuk memperoleh laba dari kegiatan pendanaan tersebut.¹ Disisi lain, Lembaga Keuangan Syariah merupakan Lembaga Keuangan yang dalam pengoperasiannya didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi syariah. Salah satu prinsip yang paling diunggulkan oleh Lembaga Keuangan Syariah yaitu prinsip bebas dari *riba*.

Riba secara teknis menurut Antonio (1999) yang di kutip Susyanti (2016) dapat diartikan sebagai pengambilan tambahan dari harta pokok secara tidak adil, dimana dalam prosesnya tidak terdapat keseimbangan pembagian resiko antara pihak yang terlibat transaksi.² Secara umum seluruh lembaga keuangan syariah mengklaim bahwa produknya bebas dari *riba*. Hal tersebut tak berlebihan, mengingat hampir seluruh produk lembaga keuangan syariah didasarkan pada akad kerjasama atau jual beli dengan pembagian keuntungan dengan menggunakan prinsip bagi hasil.

Pada masa kini, akibat semakin ketatnya persaingan antara lembaga keuangan telah membuat mereka saling berlomba dalam berinovasi dengan

¹ Dewa P.K. Mahardika, *Mengenal Lembaga Keuangan*, (Bekasi: Gramata Publishing, 2015), hal. 30

² Jeny Susyanti, *Operasional Keuangan Syariah*, (Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang, 2016), hal. 9

produknya. Pada produk tabungan lembaga keuangan tertentu, saat ini telah terdapat produk yang dikhususkan pada hampir setiap kelompok masyarakat. Hal tersebut nampaknya dilakukan untuk menarik minat masyarakat untuk menabungkan uangnya pada mereka.

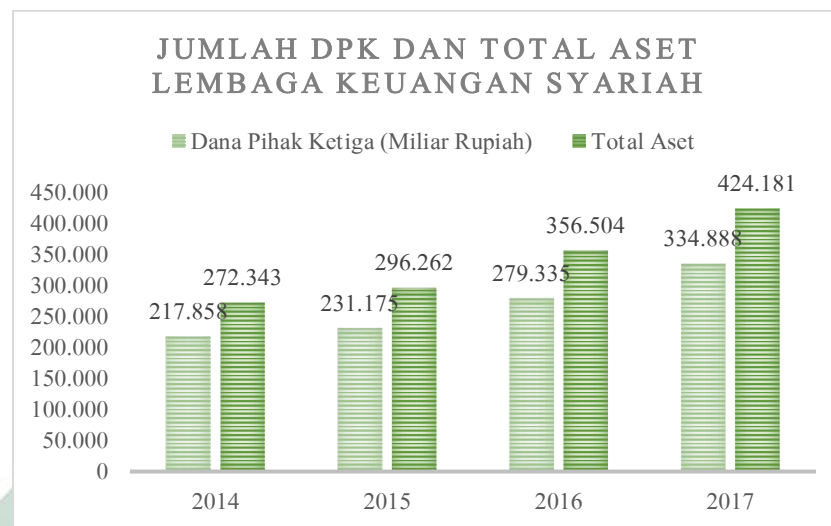
Khusus lembaga keuangan syariah, diluar persaingan dengan sesamanya juga bersaing dengan lembaga keuangan konvensional untuk merebut hati masyarakat yang telah lebih dulu terbiasa dengan cara konvensional. Lembaga keuangan syariah dapat dikatakan cukup berhasil dalam persaingan tersebut. Hal itu dapat diketahui dari mulai banyaknya masyarakat yang mulai mencoba mengenal dan berpindah untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Kepercayaan masyarakat mulai tumbuh seiring keberhasilan lembaga keuangan syariah dalam bertahan selama dua periode krisis moneter yang pernah melanda Indonesia.

Selain tabungan, produk seperti deposito dan giro juga merupakan produk yang banyak lembaga keuangan andalkan untuk menghimpun dana masyarakat. Pada lembaga keuangan bukan bank seperti koperasi juga didapati produk iuran dan simpanan yang dalam teknisnya sama seperti tabungan pada bank.

Dana yang dihimpun dari masyarakat biasanya disebut dengan Dana Pihak Ketiga (DPK). Menurut UU No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan DPK ialah dana yang dipercayakan atau dititipkan oleh masyarakat kepada pihak penghimpun dana yang didasarkan pada perjanjian

penyimpanan dana. Produk-produk DPK antara lain yaitu Giro, Deposito, tabungan dan produk-produk lain yang dipersamakan dengan itu.³

Gambar 1.1



Sumber: data SPS OJK Desember 2017

Data yang disajikan di atas merupakan data perkembangan DPK yang dihimpun oleh OJK hingga akhir periode 2017. Data tersebut menunjukkan adanya perkembangan yang cukup pesat pada jumlah dana pihak ketiga. Hal itu mudah dipahami dari data jumlah pada akhir tahun 2014 sebesar 217 triliun rupiah dan masih terus merangkak naik pada tahun-tahun berikutnya hingga mencapai angka 334 triliun rupiah pada akhir 2017.

Perkembangan jumlah DPK yang dihimpun oleh lembaga keuangan syariah tersebut sejalan dengan peningkatan total aset yang dimiliki. Pada 2014 lembaga keuangan syariah memiliki total aset sebesar 272 triliun rupiah,

³ ____, “Aturan Perbankan Mengenai Dana Pihak Ketiga”, dalam <http://www.gresnews.com/berita/tips/1782410-aturan-perbankan-mengenai-dana-pihak-ketiga/0/>, diakses pada 20 Nopember 2017.

angka tersebut terus naik secara pesat dalam empat tahun hingga pada akhir 2017 mencapai angka 424 triliun rupiah.

Salah satu produk yang banyak lembaga keuangan syariah Unggulan dalam menghimpun dana dari masyarakat ialah produk tabungan atau simpanan. Menurut UU no. 10 tahun 1998 tentang Perbankan, tabungan dapat didefinisikan sebagai simpanan yang dalam penarikannya dapat dilakukan dengan didasarkan pada syarat tertentu yang sebelumnya telah disepakati.⁴ Produk tabungan pada lembaga keuangan syariah juga merupakan produk yang telah banyak orang gunakan.

Inovasi pada fasilitas produk tabungan atau simpanan pada lembaga keuangan syariah yang diberikan untuk nasabah atau anggotanya juga ikut menjadi faktor penentu dalam hal menarik banyak orang dari berbagai kalangan untuk menabungkan uangnya, tidak terkecuali juga dari kalangan mahasiswa. Namun, tidak semua orang memiliki alasan yang sama dalam hal ketertarikannya untuk menabung di lembaga keuangan syariah. Terdapat berbagai macam alasan yang membedakan antara kelompok masyarakat dalam keputusannya untuk menabung atau menyimpan uangnya pada lembaga keuangan syariah. Terutama mahasiswa yang seharusnya lebih mampu dalam menilai baik-buruknya sesuatu, mengingat status mahasiswa yang dapat digolongkan sebagai kaum intelektual sehingga dapat menjadi panutan masyarakat dilingkungan sekitarnya.

⁴ Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.

Faktor internal sendiri terdiri dari beberapa indikator, salah satu yang paling menonjol ialah motivasi. Motivasi dapat dipahami sebagai sesuatu hal yang dapat mendorong seorang individu dalam berperilaku yang juga dapat memberikan individu tersebut suatu tujuan serta arah dalam melakukan sesuatu.⁵ Hamzah B. Uno (2007) dalam bukunya menyatakan bahwa motivasi dapat berwujud sebagai dorongan internal maupun eksternal terhadap seseorang yang keberadaannya dapat diindikasikan dari adanya hasrat dan minat, dorongan dan kebutuhan, harapan dan cita-cita serta penghargaan dan penghormatan pada setiap perilaku seseorang.⁶ Singkatnya motivasi dapat disimpulkan sebagai alasan pribadi seseorang dalam berperilaku, serta dapat dipahami sebagai salah satu faktor awal yang menentukan seseorang dalam membuat keputusan ketika memilih suatu tindakan.

⁶ Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), ____.

Emosional, secara linguistik diketahui berasal dari kata emosi. Emosi sendiri dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan yang tidak dapat dikontrol pada perasaan seseorang, sering kali keadaan tersebut banyak mempengaruhi perilaku seseorang. Kejadian-kejadian disekitar seseorang biasanya menjadi pemicu adanya emosi tersebut, oleh karena itu emosi juga bisa dikatakan sebagai suatu respon atau reaksi tertentu terhadap suatu kejadian eksternal.⁸

Dalam proses pengambilan keputusan, faktor emosional sering kali menjadi bahan pertimbangan yang sangat berpengaruh, hal tersebut didasarkan pada pertimbangan perolehan status sosial, kenyamanan dan rasa aman konsumen pada tindakan yang dipilih. Pada penelitian ini, keadaan emosional yang penulis maksud berhubungan dengan metode berfikir nasabah saat mengambil keputusan untuk menabungkan uangnya pada lembaga keuangan syariah.

⁸ J. Supranto & Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi ...*, hal. 108.

Rahman (2004) yang dikutip Fauzi (2010) menggunakan dua indikator emosional, yaitu ketaatan beragama dan atribut produk yang islami. Sedangkan Rahman (2005) pada jurnalnya yang lain dikutip Vima Dwi (2012) selain ketaatan beragama dan atribut produk juga menambahkan psikologi kedalam indikator faktor emosional. Penelitian terbaru, Dyah (2017) pada skripsinya membagi indikator faktor emosional kedalam tiga indikator, yaitu pertimbangan status sosial yang diperoleh, kenyamanan, dan rasa aman nasabah ketika menabung di bank syariah.

Sedangkan nasabah atau konsumen yang dipengaruhi Faktor Rasional, didefinisikan sebagai manusia ekonomi oleh Schiffman dan Kanuk. Kesehatan, kepatutan dan kelayakan menjadi indikator utama pada faktor rasional.⁹ Untung rugi yang didapatkan setelah pembelian barang juga

[illegible]

Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya merupakan suatu Universitas Islam yang berdiri di bawah naungan Kementrian Agama Republik Indonesia. Mengingat ini merupakan Universitas Islam dalam negara mayoritas Islam, maka tidak aneh bila diasumsikan mahasiswanya dalam menabung akan menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Namun dikarenakan masih tidak seragamnya pendapat di tengah masyarakat tentang pentingnya menabung di lembaga keuangan syariah, maka sering kali masih ditemui adanya mahasiswa UIN Sunan Ampel yang masih belum menggunakan jasa tabungan atau simpanan di Lembaga Keuangan Syariah.

Sebagai contoh dalam penelitian Siti Qur'aniyah (2018) menemukan bahwa mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN Sunan Ampel Surabaya yang menjadi nasabah perbankan syariah tidak lebih dari separuhnya saja. Berikut data tabel yang diperoleh:

Tabel 1.1
Jumlah Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel
Angkatan 2014-2017¹¹

Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Mahasiswa Ekonomi Syariah Yang Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah
2014	162	114
2015	181	53
2016	192	40
2017	221	28
Jumlah	756	235

Sumber: Data Skripsi Siti Qur'aniyah (2018)

¹¹ Siti Qur'aniyah, "Pengaruh Syariah Marketing Value Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2014-2017)" (Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Yogyakarta, 2012), 49.

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.”

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ
مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۚ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

[illegible]

(mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”

UIN Sunan Ampel sendiri mulai menapakkan kaki di bidang pendidikan ekonomi semenjak berdirinya Program Studi Ekonomi Syariah, dan mulai lebih masuk ke dunia perekonomian semenjak didirikannya Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam pada tahun 2014 lalu. Dengan berdirinya Fakultas yang fokus terhadap bidang perekonomian tersebut menandakan bahwa UIN Sunan Ampel Surabaya telah mantap untuk ikut berkontribusi pada perkembangan perekonomian Negara Kesatuan Republik Indonesia ini.

UIN Sunan Ampel memiliki populasi mahasiswa aktif sebesar lebih dari 15 ribu mahasiswa terbagi pada 9 fakultas pada tahun ajaran 2017-2018. Berikut uraiannya:¹²

Tabel 1.2
Data Jumlah Mahasiswa S1 Aktif Tahun Ajaran 2017-2018

Semester	Jumlah
Semester 1	4.363
Semester 3	4.036
Semester 5	3.161
Semester 7	2.669
Semester 9	1.101
Semester 11	313
Semester 13	154
Total	15.798

Dari data di atas dapat diketahui bahwa mahasiswa aktif UIN Sunan Ampel Surabaya memiliki jumlah populasi yang cukup besar, serta bila dapat

¹² Data Rektorat UIN Sunan Ampel Surabaya, diminta pada tanggal 20 Oktober 2017

Pada penelitian ini, peneliti akan berfokus pada besarnya pengaruh dari faktor emosional dan faktor rasional terhadap proses pengambilan keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam menabungkan uangnya di lembaga keuangan syariah. Selain itu, peneliti juga akan mencari tahu faktor mana yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis memiliki ketertarikan untuk mengambil penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah”**.

Didasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka terdapat beberapa masalah yang penulis rumuskan yang nantinya akan dicari kebenarannya dengan metode penelitian yang bisa dipertanggungjawabkan. Beberapa rumusan masalah yang ditemukan yaitu:

Berdasarkan pada rumusan masalah yang penulis buat, maka tujuan penelitian ini adalah:

- [illegible]

3. Untuk mengetahui faktor yang lebih dominan terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memilih produk tabungan di Lembaga Keuangan Syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Selalu ada hikmah dalam segala hal yang terjadi di muka bumi. Allah SWT tak akan membiarkan suatu hal terjadi tanpa adanya hal baik didalamnya. Penulis memiliki harapan besar pada hasil penelitian ini agar bisa berguna baik untuk waktu sekarang atau dimasa depan kelak. Berikut beberapa harapan penulis lainnya pada hasil penelitian ini:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan ilmu ekonomi syariah khususnya teori dibidang perilaku konsumen atau nasabah lembaga keuangan syariah.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Hasil penelitian ini untuk kedepannya dapat membantu Lembaga Keuangan Syariah dalam menentukan metode pemasarannya, terutama bila target pasar yang diinginkan adalah dari kalangan mahasiswa.

b. Bagi Akademik

Melalui penelitian ini, penulis juga berharap dapat membantu memperkaya perbendaharaan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi islam.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Perilaku konsumen merupakan salah satu dari sekian banyak hal yang wajib dipahami oleh perusahaan sebelum memasarkan produknya. Hal tersebut tidak berlebihan mengingat perkembangan teknologi masa kini yang membuat perkembangan pemasaran mengarah kepada era konsumen sentris, yaitu era dimana konsumen memiliki peran penting tentang produk-produk yang dibutuhkan oleh konsumen itu sendiri.

Era ini yang dimulai sejak awal milenium ketiga, dimana perkembangan teknologi memaksa produsen untuk mengikuti apa yang diinginkan konsumennya. Oleh karena itu pada era ini perilaku konsumen merupakan hal yang penting untuk di pahami oleh setiap pemasar produk-produk perusahaan, baik dibidang jasa ataupun industri lainnya.

Perilaku konsumen oleh Schiffman dan Kanuk (2010) yang dikutip Ujang Sumarwan (2011,4) secara singkat didefinisikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam proses pemilihan hingga menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan untuk memenuhi kebutuhannya.¹³ Secara umum definisi-definisi tentang perilaku konsumen yang dipaparkan oleh para ahli memberikan satu pengertian yang sama tentang perilaku

¹³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hal. 4

1. Manusia Ekonomi

Manusia golongan ini dapat juga sebagai konsumen rasional. Manusia ekonomi ini menentukan keputusannya didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan ekonomi, seperti harga, jumlah barang, utilitas marginal dan kurva *indifferent*. Selain itu manusia ekonomi juga umumnya juga membandingkan produk yang akan dia beli dengan produk-produk lain sebelum menentukan keputusan pembeliannya.

2. Manusia Pasif

Pada golongan ini digambarkan sebagai golongan yang *irrational* dan *impulsif*. Model ini dianggap sangat bertolak belakang dengan manusia ekonomi. Hal ini dikarenakan manusia pasif dianggap sebagai individu yang mementingkan dirinya sendiri dan menerima berbagai macam promosi yang ditawarkan kepadanya tanpa melalui proses pertimbangan.

[illegible]

menggunakan cara ini akan mudah terpengaruh dalam pengambilan keputusan

2. Pengalaman

Pengambilan keputusan yang didasarkan pada pengalaman banyak memiliki manfaat yang praktis, hal ini disebabkan karena konsumen tersebut sudah pernah memilih atau menggunakan calon produk yang akan dibeli sehingga konsumen telah mengetahui kelebihan maupun kekurangan produk yang akan dibeli tersebut.

3. Fakta

Pengambilan keputusan yang didasarkan pada fakta yang berhubungan dengan produk, sehingga dapat memberikan keputusan yang solid, baik dan sehat. Selain itu dengan penggunaan fakta sebagai dasar pengambilan keputusan akan membantu menaikkan tingkat kepercayaan terhadap keputusan yang telah diambil.

4. Wewenang

Pengambilan keputusan yang didasarkan pada wewenang biasanya dilakukan dalam tingkat organisasi. Dimana biasanya diputuskan oleh pimpinan terhadap bawahannya.

5. Logika/Rasional

Pada pengambilan keputusan yang bersifat rasional, keputusan yang dihasilkan umumnya bersifat objektif, konsisten, logis dan lebih transparan sehingga dapat dikatakan mendekati kebenaran atau sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen itu sendiri.

dorongan dan kebutuhan; harapan dan cita-cita; serta penghargaan dan penghormatan dalam diri seseorang tersebut.

Singkatnya motivasi dapat dengan mudah dipahami sebagai alasan seseorang dalam berperilaku, dan dapat dipahami sebagai faktor paling awal yang menentukan seseorang untuk memilih melakukan sesuatu atau tidak. Sofjan Assauri (2015, 125) membagi motivasi menjadi 2 yaitu emosional dan rasional. Sofjan Assauri berpendapat bahwa motivasi rasional didasarkan pada hal yang bersifat fungsional, sedangkan motivasi emosional lebih kepada sosial psikologis.¹⁹

Didasarkan pada teori-teori yang telah diuraikan di atas maka dalam penelitian ini penulis memilih meneliti 2 faktor yang telah dikemukakan di atas, yaitu faktor emosional dan rasional.²⁰ Berikut penjelasannya:

1. Faktor Emosional

Emosional, berasal dari kata emosi. Secara praktis emosi dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi dimana seseorang memiliki perasaan yang tidak terkontrol sehingga mempengaruhi perilakunya. Emosi ini sering kali muncul akibat adanya kejadian tertentu yang ada di sekitar seseorang tersebut, oleh karena itu emosi juga dapat di pahami sebagai suatu respon terhadap suatu kejadian eksternal.²¹

¹⁹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*, edisi 1, cetakan 14, (Jakarta : Rajawali Pers, 2015), 125.

²⁰ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen ...*, hal. 35

²¹ J. Supranto & Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi ...*, 108.

- Kesehatan, dan
- Kenyamanan pribadi

Rahman (2004) yang dikutip oleh Fauzi (2010) memilih menggunakan dua indikator faktor emosional, yaitu ketaatan beragama dan atribut produk yang berdasarkan prinsip syariah. Sedangkan itu, masih oleh Rahman (2005) pada jurnalnya yang lain dikutip oleh Vima Dwi (2012) memilih untuk menambahkan psikologi disamping tetap menggunakan ketaatan beragama dan atribut produk sebagai indikator faktor emosional. Dyah (2017) pada skripsinya menggunakan pertimbangan status sosial, kenyamanan dan keamanan nasabah ketika menabung di bank syariah sebagai indikator faktor emosionalnya.

Keadaan emosional yang penulis maksud pada penelitian ini akan berhubungan dengan metode berfikir konsumen atau nasabah ketika memutuskan untuk menabungkan uangnya di lembaga keuangan syariah. Seperti yang disampaikan Vima Dwi dalam skripsinya, perilaku konsumen masyarakat muslim dipengaruhi oleh dua perspektif yaitu perspektif waktu sekarang, yaitu ketika masih hidup dan perspektif waktu setelah kematian, yaitu sejak meninggal atau kehidupan di alam kubur.²⁶

Oleh karena hal tersebut di atas maka pada penelitian ini penulis memilih untuk menggunakan ketaatan beragama, atribut produk yang

²⁶ Vima Dwi Estining Pratiwi, “Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarnegara)” (Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2012), 2.

Dikarenakan memiliki prinsip yang didasarkan pada Islam, maka sudah tentu atribut pada produk Lembaga Keuangan Syariah akan nampak sangat berbeda dari produk Lembaga Keuangan Konvensional. Seperti yang sudah banyak diketahui, Lembaga Keuangan Syariah dikenal luas memiliki prinsip anti *riba*. Maka produknya pun harus demikian juga.

c. Kenyamanan

[illegible]

- Peningkatan,
- Kebersihan atau kerapian,
- Murah,
- Perlindungan,
- Keamanan individu, dan
- Pertambahan nilai perekonomian.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fauzi (2010) mengkategorikan indikator faktor rasional dalam dua bentuk yaitu pelayanan yang diperoleh nasabah serta reputasi lembaga keuangan syariah. Sedangkan faktor rasional pada penelitian Vima Dwi (2012) menggunakan pelayanan, kenyamanan dan kepuasan yang diperoleh nasabah sebagai indikatornya. Dyah (2017) dalam skripsinya menyatakan bahwa harga, kemudahan dan keuntungan yang diperoleh nasabah sebagai indikator utama rasionalitas nasabah dalam pengambilan keputusan menabung di lembaga keuangan syariah.

Dengan didasarkan pada uraian-uraian di atas, maka setelah melakukan pertimbangan penulis dalam penelitian ini memilih menggunakan reputasi, kemudahan, keuntungan dan harga sebagai indikator faktor rasional yang akan digunakan dalam penelitian.

a. Reputasi

Aaker yang dikutip oleh Fauzi (2010) menyatakan bahwa reputasi ialah suatu persepsi individu yang didasarkan pada kualitas serta nama yang melekat pada produk. Senada dengan Aaker,

Zeithamal dalam penelitiannya yang juga dikutip Fauzi menyatakan bahwa Reputasi berhubungan dengan kualitas produk atau jasa yang digabungkan dengan nama produk. Zeithamal juga dalam penelitiannya menyatakan bahwa reputasi memiliki pengaruh khusus pada keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk barang atau jasa.

Penulis sendiri mendefinisikan Reputasi sebagai suatu atribut yang secara sifat melekat pada sesuatu hal atau seseorang, dimana penilaiannya biasanya didapat secara umum setelah melakukan hal-hal tertentu. Reputasi dapat diperoleh dalam bentuk yang baik ataupun buruk, bergantung pada hal yang sebelumnya telah dilakukan oleh yang bersangkutan.

b. Kemudahan

Kemudahan adalah suatu keadaan dimana seseorang dapat memperoleh sesuatu hal yang diinginkan tanpa melakukan usaha yang keras. Dalam konteks Lembaga Keuangan Syariah yang dimaksud kemudahan dapat ditemukan pada hal seperti fasilitas transaksi yang dapat dilakukan jarak jauh atau tanpa datang ke kantor Lembaga Keuangan.

c. Keuntungan

Secara praktis penulis mendefinisikan keuntungan sebagai suatu keadaan dimana seseorang memperoleh nilai lebih dari suatu hal yang diusahakanya ataupun tidak diusahakan. Namun Dyah

d. Harga

3. Keputusan

Keputusan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan akhir dimana memilih salah satu pilihan dari dua atau lebih pilihan. Kotler dan Armstrong (2012:149) yang dikutip oleh Asrory (2017) menyatakan bahwa keputusan pembelian ialah suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana secara aktual konsumen melakukan pembelian produk.³¹

[illegible]

Ketika calon konsumen mulai merasakan adanya hal yang dibutuhkan atau diinginkan maka calon konsumen akan mulai melakukan pencarian informasi ataupun alternatif pilihan produk barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya tersebut.

Setelah tahap pencarian informasi dilakukan maka konsumen akan mulai melakukan evaluasi dari informasi barang atau jasa yang akan dibelinya tersebut, serta mulai melakukan perbandingan dengan produk barang atau jasa lain sejenis yang memiliki fungsi sama.

Setelah melakukan evaluasi, konsumen akan mulai menentukan keputusannya. Dalam hal ini tidak menutup kemungkinan konsumen akan mengambil keputusan tidak membeli apabila ternyata konsumen tidak dapat menemukan bahwa produk barang atau jasa yang akan dibeli ternyata tidak dapat memenuhi kebutuhan ataupun keinginan konsumen.

Apabila pada tahapan sebelumnya konsumen memilih untuk membeli maka pada tahapan ini konsumen akan melakukan evaluasi atas barang atau jasa yang telah dibelinya. Pada tahap evaluasi yang kedua ini akan menentukan pada keputusan konsumen untuk membeli kembali produk tersebut atau mencari produk lain. Hal tersebut bergantung pada kepuasan yang dirasakan konsumen selama mengonsumsi produk tersebut.

1. Penelitian dari Muchammad Fauzi pada 2010 yang berjudul “Pengaruh Faktor Rasional Dan Emosional Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Baitul Mal Wat Tamwil”.³³ Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk mengidentifikasi dan menemukan bukti empiris faktor emosional variabel-variabel penelitian yang meliputi: ketaatan beragama nasabah, atribut produk Islami, performance quality, reputation kepuasan dan loyalitas nasabah serta untuk mengetahui pengaruh ketaatan beragama nasabah, atribut produk Islami, performance quality, reputation terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah BMT. Populasi penelitiannya adalah nasabah BMT dikabupaten Pemalang. Sampel yang diambil berjumlah 106 responden yang berasal dari 13 BMT di Kabupaten Pemalang. Variabel X pada penelitian ini ialah faktor rasional dan emosional yang diuji pengaruhnya kepada variabel Y yaitu kepuasan dan loyalitas Nasabah BMT. Hasil penelitian ini yaitu: faktor emosional dengan indikator ketaatan dan faktor rasional dengan indikator performance dan reputasi terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Adapun variabel loyalitas nasabah terbukti dipengaruhi secara

[illegible]

signifikan oleh semua indikator-indikator faktor emosional dan faktor rasional yang digunakan oleh Muchammad Fauzi.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu

- Pemilihan faktor emosional dan rasional yang mempengaruhi variabel dependen
- Penggunaan atribut produk sebagai indikator faktor emosional
- Penggunaan reputasi sebagai indikator faktor rasional
- Penggunaan metode pengumpulan data dengan kuesioner
- Teknik pengambilan sampel dengan metode purposive random sampling.

Untuk perbedaannya yaitu:

- a. Pemilihan kepuasan dan loyalitas sebagai variabel dependen
 - b. Perbedaan indikator faktor emosional dan rasional
 - c. Subyek penelitian yang merupakan nasabah secara umum
2. Penelitian dari Hardiwinoto pada tahun 2011 yang berjudul “Analisis Faktor Emosional dan Faktor Rasional dalam keputusan pembiayaan perusahaan melalui Bank Syariah di Jawa Tengah”.³⁴ Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk investigasi sikap rasional dan emosional dalam mempengaruhi pemahaman para pengusaha tentang mekanisme keuangan perbankan syariah dan non syariah serta keputusannya dalam melakukan pembiayaan melalui bank syariah. Populasi penelitiannya

³⁴ Hardiwinoto, " Analisis Faktor Emosional dan Faktor Rasional dalam keputusan pembiayaan perusahaan melalui Bank Syariah di Jawa Tengah", *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Terapan*. (2011), 237

Persamaan dengan penelitian ini yaitu:

- Perbedaan dengan penelitian ini yaitu:

- [illegible]

- Pemilihan faktor emosional dan faktor rasional
- Pemilihan metode penelitian kuantitatif
- Penggunaan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data

a. Subyek penelitian terbatas pada program studi tertentu.

[illegible]

- Pemilihan faktor emosional dan faktor rasional sebagai variabel independen
- Pemilihan keputusan sebagai variabel dependen
- Metode pengumpulan data berupa kuesioner
- Penggunaan skala likert

Perbedaan dengan penelitian ini yaitu:

- Pemilihan Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara
- Pemilihan psikologis sebagai indikator faktor emosional
- Pemilihan faktor pelayanan, kenyamanan dan kepuasan sebagai indikator faktor rasional

5. Terakhir penelitian Dyah Ayu Kartikasari pada tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Produk Dan Jasa Perbankan Syariah Di Tulungagung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)”.³⁷ Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan mahasiswa memilih produk jasa perbankan syariah dan menguji pengaruh faktor emosional dan faktor rasional secara bersama-sama kepada keputusan mahasiswa serta menguji pernyataan yang paling dominan dari faktor emosional, rasional dan keputusan memilih

³⁷ Dyah Ayu Kartikasari, “Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Produk Dan Jasa Perbankan Syariah Di Tulungagung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)” (Skripsi—Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Tulungagung, 2017)

Persamaan dengan penelitian ini yaitu:

- Perbedaan dengan penelitian ini yaitu:

- Subyek penelitian yang masih terbatas pada tingkat fakultas
- Pemilihan indikator faktor emosional dan faktor rasional
- Jenis penelitian kuantitatif asosiatif

Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian

Salah satu jenis penelitian Kuantitatif yaitu Kausal Komperatif telah penulis pilih dalam rangka menyelesaikan penelitian ini dengan harapan memperoleh hasil penelitian yang ilmiah serta dapat dipertanggungjawabkan. Kausal komperatif ialah studi yang bertujuan untuk mengamati alasan atau sebab-sebab yang dapat memicu munculnya fenomena tertentu yang diteliti.³⁸ Studi kausal komparatif ini berfungsi untuk menganalisa suatu hubungan atau pengaruh antara satu variabel atau lebih dengan variabel yang lainnya.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Pra penelitian dilakukan pada bulan Mei, yang dilanjutkan penelitian pada bulan Juni hingga Agustus 2018. Tempat penelitian diadakan di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya yang terletak di Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya.

C. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian dapat dipahami sebagai sumber data penelitian yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu serta harus merupakan bagian dari objek

³⁸ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 39

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah total populasi

e = tingkat kesalahan.

Jumlah total mahasiswa S1 yang aktif di UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun ajaran 2017-2018 adalah sebesar 15.798 orang. Tingkat kesalahan sebesar 10% atau 0,1 akan digunakan penulis pada penelitian ini. Sehingga jumlah sampel yang akan diambil untuk diteliti oleh penulis dapat dilihat melalui perhitungan berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + (N \times e^2)} \\ &= \frac{15798}{1 + (15798 \times 0,1^2)} \\ &= \frac{15798}{1 + (15798 \times 0,01)} \\ &= \frac{15798}{1 + 157,98} \\ &= \frac{15798}{158,98} \\ n &= 99,37 \end{aligned}$$

Angka 99,37 yang dihasilkan merupakan jumlah sampel minimal yang akan penulis ambil untuk diteliti. Untuk selanjutnya akan penulis bulatkan menjadi angka 100 agar lebih mempermudah dalam proses perhitungan yang akan dilakukan penulis. Alasan lain pemilihan angka 100 dikarenakan menurut

Untuk menghitung tingkat reliabilitas alat ukur, penulis akan menggunakan koefisien *Cronbach Alfa*. Apabila nilai cronbach alfa $> 0,06$ maka alat ukur bisa dikatakan telah *reliable* atau diterima.

Data Penelitian dapat di artikan sebagai sesuatu yang diketahui serta dipahami dan memiliki hubungan secara langsung dengan subyek yang akan diteliti. Data kuantitatif merupakan data yang akan digunakan pada penelitian ini, dimana data akan berbentuk bilangan atau angka-angka yang proses pengolahannya dapat dihitung dengan statistika.⁴⁸ Data penelitian dapat dibagi lagi berdasarkan pada sumbernya menjadi dua jenis yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, dalam penelitian ini data primer berupa semua data yang diperoleh dari pihak rektorat UIN Sunan Ampel Surabaya serta data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada subyek penelitian, yaitu mahasiswa.

[illegible]

Teknik Pengumpulan Data merupakan metode pengumpulan data yang akan sangat dibutuhkan dalam menjawab rumusan masalah penelitian yang sebelumnya telah diuraikan.⁵⁰ Dengan mengguakan teknik pengumpulan data yang tepat maka data yang akurat, reliabel serta dapat dipertanggungjawabkan diharapkan akan dengan mudah diperoleh selama penelitian ini agar lebih memudahkan peneliti ketika akan mengolah data tersebut.

1. Metode penyebaran angket atau kuesioner merupakan metode yang penulis pilih untuk menyelesaikan penelitian ini. Proses mengumpulkan data pada metode ini yaitu dengan cara menyebarkan angket yang berupa daftar pertanyaan atau kuesioner kepada subyek yang akan diteliti, untuk kemudian diharapkan akan memperoleh respon atas daftar pertanyaan

⁵⁰ Juliansyah noor, *Metodologi Penelitian...*, 138,

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui tingkat normalitas distribusi data yang sebelumnya telah diambil dari populasi. Terdapat beberapa teknik yang bisa digunakan untuk melakukan uji normalitas ini, teknik Kolmogorov-Smirnov telah dipilih untuk digunakan pada penelitian ini dan akan berfungsi untuk menentukan tingkat normalitas distribusi data penelitian.

Aplikasi SPSS *for* Windows akan digunakan peneliti untuk membantu dalam memproses data menggunakan teknik Kolmogorov-smirnov ini. Tabel yang dikeluarkan oleh SPSS akan menjadi acuan utama untuk mengetahui hasil dari uji ini. Hasil uji ini

pada model penelitian ini. Metode ini dilakukan dengan cara mengamati titik-titik *scatter plot* pada regresi, dimana menurut aturannya titik-titik tersebut haruslah dalam bentuk yang tidak beraturan pada atas dan bawah angka 0 atau secara singkat dapat dianggap tidak terkumpul hanya pada satu garis atau satu tempat saja.⁵⁵

a. Uji T

- 1) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $probabilitas < 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Sebaliknya jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $probabilitas > 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Perbedaan tingkat pengaruh yang diberikan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan menggunakan uji F. Pengambilan kesimpulan dari hasil uji F yang dilakukan pada aplikasi SPSS *for windows* dapat dilakukan dengan cara mengamati tabel Anova tepatnya pada kolom sig., dimana kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

[illegible]

Selain hal tersebut di atas, koefisien determinasi juga dapat digunakan untuk mencari besarnya tingkat presentase yang disebabkan oleh variabel bebas (X) terhadap perubahan variabel terikat (Y). Angka dari R square diperoleh dari proses pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya dengan menggunakan program SPSS *for windows*, dimana hasilnya dapat ditentukan dengan cara melihat tabel model *summary* yang ada pada SPSS tepatnya didalam kolom R *square*.

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum UIN Sunan Ampel Surabaya

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya atau biasa disingkat UIN Sunan Ampel merupakan salah satu perguruan tinggi Islam tertua yang ada di Surabaya. Kampus yang berlokasi di jl. A. Yani no 117 ini secara resmi berdiri pada tahun 1965 dengan nama IAIN Sunan Ampel sebelum akhirnya berubah nama menjadi UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2013.

Awal mula berdirinya dimulai sejak akhir 1950an, ketika beberapa tokoh Muslim Jawa Timur mengajukan gagasan untuk pendirian perguruan tinggi agama Islam yang bernaung di bawah Departemen Agama. Pertemuan tersebut dilanjutkan pada tahun 1961 di Jombang, yang pada sesi terakhir pertemuan tersebut menghasilkan beberapa keputusan penting yaitu:

- Pembentukan Panitia Perintis IAIN,
- Mendirikan Fakultas Syariah di Surabaya,
- Mendirikan Fakultas Tarbiyah di Malang.

Tanpa memerlukan banyak waktu, pendirian fakultas Syariah dan Tarbiyah di kota Surabaya dan Malang tersebut disahkan oleh Menteri Agama melalui diterbitkannya SK No. 17/1961. Pada 1964 Menteri

Agama juga mengesahkan berdirinya Fakultas Ushuluddin di Kediri melalui SK No. 66/1964.

Didasarkan pada 3(tiga) fakultas tersebutlah pada akhirnya Menteri Agama menerbitkan SK Nomor 20/1965 tentang Pendirian IAIN Sunan Ampel yang berkedudukan di Surabaya. Sejak tanggal 1 Oktober 2013, IAIN Sunan Ampel berubah nama menjadi UIN Sunan Ampel (UINSA) Surabaya berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 65 Tahun 2013.

Dalam perkembangannya UIN Sunan Ampel Surabaya saat ini telah memiliki 9 (sembilan) fakultas yaitu:

- Fakultas Adab dan Humaniora
- Fakultas Dakwah dan Komunikasi
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Fakultas Psikologi dan Kesehatan
- Fakultas Sains dan Teknologi
- Fakultas Syariah dan Hukum
- Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
- Fakultas Ushuluddin dan Filsafat

Tercatat pada tahun ajaran 2017-2018, Mahasiswa strata satu UIN Sunan Ampel Surabaya yang aktif ialah sebesar 15.798 mahasiswa yang tersebar di 9 fakultas berbeda dari semester 1 hingga semester 13. Berikut data Mahasiswa Strata Satu masing-masing fakultas yang aktif pada tahun ajaran 2017-2018:

Sumber: Data Rekapitulasi Mahasiswa S1 Aktif Studi UIN Sunan Ampel

Sumber: Data Rekapitulasi Mahasiswa S1 Aktif Studi UIN Sunan Ampel

Sumber: Data Rekapitulasi Mahasiswa S1 Aktif Studi UIN Sunan Ampel

Sumber: Data Rekapitulasi Mahasiswa S1 Aktif Studi UIN Sunan Ampel

1. Tabel Frekuensi Jawaban Responden
 - a. Variabel Faktor Emosional (X1)

Tabel 4.8

No	Indikator	Skor Jawaban					Total Responden	Mean	Standard Deviasi
		5	4	3	2	1			
1	Ketaatan beragama								
	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena saya beragama islam	33	38	24	5	0	100	3,99	0,882
	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena adanya larangan atas riba (bunga)	42	41	14	3	0	100	4,22	0,799
	Lembaga keuangan syariah menerapkan prinsip-prinsip islam dalam produk tabungannya	34	54	11	0	1	100	4,20	0,711
2	Atribut Islami produk								
	Produk tabungan lembaga keuangan syariah	17	56	23	4	0	100	3,86	0,739

	sesuai dengan syariat islam								
	Produk tabungan lembaga keuangan syariah bervariasi	13	62	25	0	0	100	3,88	0,608
	Sistem dan prosedur produk tabungan lembaga keuangan syariah terbebas dari riba (bunga)	23	47	28	2	0	100	3,91	0,767
3	Kenyamanan								
	Pegawai lembaga keuangan syariah ramah	18	39	37	5	1	100	3,68	0,863
	Kantor lembaga keuangan syariah bersih dan nyaman	15	45	37	3	0	100	3,72	0,753
	Ruang tunggu yang disediakan memberi rasa nyaman	16	38	41	5	0	100	3,65	0,809
4	Keamanan								
	Saya merasa yakin bahwa dana saya dijamin oleh pemerintah	10	40	40	8	2	100	3,48	0,858

Sumber: Data Primer, diolah 2019

b. Variabel Faktor Rasional (X2)

No	Indikator	Skor Jawaban					Total Responden	Mean	Standard Deviasi	
		5	4	3	2	1				
1	Reputasi									
	Lembaga Keuangan Syariah tempat saya menabung telah	24	52	23	1	0	100	3,99	0,718	

	saya tidak pernah mendengar informasi buruk tentang lembaga keuangan tempat saya	14	48	32	6	0	100	3,70	0,785
	lembaga keuangan syariah memiliki ciri khas sendiri dibanding lembaga keuangan	24	56	19	1	0	100	4,03	0,688
2	Kemudahan								
	Kantor lembaga keuangan syariah tempat saya menabung mudah untuk ditemui	16	44	27	13	0	100	3,63	0,906
	Prosedur serta persyaratan pembukaan rekening	23	48	26	3	0	100	3,91	0,780
	Adanya channelling dengan lembaga keuangan (syariah/konvensional) lain memudahkan saya	21	47	25	6	1	100	3,81	0,873
3	Keuntungan								
	Bagi hasil yang diberikan kompetitif	16	38	43	3	0	100	3,67	0,779
	Lembaga keuangan syariah memberikan	16	35	43	6	0	100	3,61	0,827
	Adanya reward yang diberikan untuk nasabah jangka waktu	12	31	53	4	0	100	3,51	0,759
4	Harga								
	Biaya pembukaan rekening lembaga keuangan syariah murah	22	46	29	2	1	100	3,86	0,817

Sumber: Data Primer, diolah 2019

c. Variabel Keputusan (Y)

Data Frekuensi Jawaban Variabel keputusan Mahasiswa

[illegible]

	saya memilih lembaga keuangan syariah karena adanya sistem bagi	27	53	18	2	0	100	4,05	0,730
2	Pencarian Informasi								
	Saya memahami dan mengetahui lembaga keuangan syariah beroperasi berdasarkan prinsip	27	52	20	0	1	100	4,04	0,751
	Saya telah membandingkan produk tabungan lembaga keuangan syariah dengan produk lembaga keuangan (syariah/non syariah) lainnya	12	50	35	2	1	100	3,70	0,745
3	Evaluasi alternatif								
	Saya mendapat kemudahan yang tidak terdapat pada lembaga keuangan konvensional	9	38	44	8	1	100	3,46	0,809
	Saya mendapat solusi dan alternatif kebutuhan untuk menyimpan dana saya melalui produk tabungan lembaga keuangan syariah	12	52	34	1	1	100	3,73	0,723
4	Keputusan Pembelian								

a. Uji Validitas

Uji validitas ini dimaksudkan untuk mengetahui layak atau tidaknya variabel yang diteliti, serta untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat digunakan untuk mengukur hal yang diteliti secara tepat.⁵⁸

Suatu data dapat dikatakan valid apabila memenuhi persyaratan yaitu, $r_{tabel} < r_{hitung}$. r_{tabel} pada penelitian ini sebesar 0,1654, diketahui dengan menggunakan rumus df (Alpha, n-2) atau

⁵⁸ Ricki Yuliardi dan Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*, (Yogyakarta: Innosain, 2017), hal. 93

a. Uji T

$$t_{\text{tabel}} = (\alpha \div 2 ; df = n - k - 1)$$

$$t_{\text{tabel}} = (0,1 \div 2 ; df = 100-2-1)$$

$$t_{\text{tabel}} = (0,05 ; df = 97)$$

⁶³ Data distribusi nilai t_{tabel} terlampir

Tabel 4.17
Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients				
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-0,448	2,188		-0,205	0,838
Faktor Emosional	0,427	0,067	0,450	6,392	0,000
Faktor Rasional	0,405	0,057	0,496	7,054	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : SPSS versi 24 for windows , diolah 2019

Sebelum peneliti menjabarkan tabel di atas, peneliti ingin mengingatkan kembali hipotesis yang telah disusun sebelumnya yang berhubungan dengan uji t.

- 1) H_0 : Faktor Emosional tidak berpengaruh secara signifikan kepada keputusan menabung nasabah mahasiswa.

H₁ : Faktor Emosional berpengaruh secara signifikan kepada keputusan menabung nasabah mahasiswa

- 2) H_0 : Faktor Rasional tidak berpengaruh secara signifikan kepada keputusan menabung nasabah mahasiswa.

H₁ : Faktor Rasional berpengaruh secara signifikan kepada keputusan menabung nasabah mahasiswa

Yang pertama, untuk mengetahui uji t untuk hipotesis nomor 1 yaitu dengan cara melihat t_{hitung} yang terdapat pada tabel hasil uji t di atas. Pada tabel uji t tersebut diperoleh t_{hitung} dari faktor emosional sebesar 6,392. Angka $6,392 > 1,98472$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Selanjutnya melihat kolom sig. dari faktor emosional,

b. Uji F

$$f_{\text{tabel}} = (k ; n-k)$$

$$f_{\text{label}} = (2 ; 100-2)$$

$$f_{\text{label}} = (2 ; 98)$$

BAB V

PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan mencoba menjabarkan dan membahas hasil penelitian yang sudah dilakukan pada bab 4 tentang pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel memilih produk tabungan di lembaga keuangan syariah. Berikut hasil penelitian yang peneliti temui.

A. Pengaruh Faktor Emosional Secara Parsial Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Menggunakan Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah

Faktor emosional diketahui sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku manusia. Sering kali terjadi tanpa mampu dikontrol oleh manusia itu sendiri, atau bisa dikatakan tindakan yang didasari oleh faktor emosional adalah tindakan yang dilakukan secara spontan. Meski begitu tidak dapat dipungkiri bahwa tindakan-tindakan emosional tersebut juga seringkali dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti kejadian-kejadian disekitar manusia tersebut yang mendorongnya untuk mengambil keputusan melakukan tindakan-tindakan tertentu.

Berdasarkan pada hasil penelitian di bab iv, peneliti menemukan adanya pengaruh secara signifikan dari faktor emosional terhadap keputusan nasabah mahasiswa. Melalui uji t, diperoleh t_{hitung} dari faktor emosional sebesar 6,392 dimana angka tersebut lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,98472. Sedangkan

D. Pengaruh yang Lebih Dominan antara Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Menggunakan Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah

Berdasarkan pada hasil uji regresi linear berganda pada tabel *coeficient*, tepatnya pada kolom B diketahui bahwa variabel faktor emosional (X1) memperoleh nilai koefisien sebesar 0,427 sedangkan faktor rasional (X2) memiliki nilai koefisien lebih rendah sebesar 0,405. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor emosional terbukti lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah mahasiswa dibandingkan dengan faktor rasional.

Dengan hasil yang tidak terlalu jauh di atas membuktikan bahwa masing-masing faktor emosional dan faktor rasional cukup berimbang dalam mempengaruhi keputusan memilih nasabah mahasiswa dibandingkan dengan variabel lainnya.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah di paparkan pada bab-bab sebelumnya, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan dari hasil uji t variabel faktor emosional (x_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 6,392. Angka tersebut lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,98472 dengan signifikansi senilai $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan faktor emosional terbukti berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah. berdasarkan uji t faktor rasional diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $7,054 > 1,98472$ dengan signifikansi senilai $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor rasional juga terbukti berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah mahasiswa..
2. Berdasarkan pada hasil uji f penelitian ini, f_{hitung} yang diperoleh yaitu sebesar 163,580, angka tersebut lebih besar dari f_{tabel} yaitu 2,36 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor emosional dan faktor rasional terbukti berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam memilih produk tabungan di lembaga keuangan syariah.
3. Berdasarkan pada hasil uji regresi linear berganda, nilai koefisien faktor emosional yang diperoleh adalah sebesar 0,427 sedangkan faktor rasional

- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya, 2009.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Susyanti, Jeny. *Operasional Keuangan Syariah*. Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang, 2016.
- Thoifah, I'anatut. *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang: Madani, 2015.
- Uno, Hamzah B. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksana, 2007.
- Yuliardi, Ricky dan Zuli Nuraeni. *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*. Yogyakarta: Innosain, 2017.
- Assrory, Mohammad. "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazizaa Chicken & Pizza di Jombang". Skripsi—Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Surabaya, 2017.
- Fauzi, Muchammad. "Pengaruh Faktor Rasional Dan Emosional Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Baitul Mal Wat Tamwil", *Jurnal Penelitian dan Pemikiran Ekonomi Islam*, Mei, 2010.
- Hardiwinoto, "Analisis Faktor Emosional dan Faktor Rasional dalam keputusan pembiayaan perusahaan melalui Bank Syariah di Jawa Tengah", *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Terapan*, 2011.
- Kartikasari, Dyah Ayu. "Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Produk Dan Jasa Perbankan Syariah Di

